

**Perancangan Video Promosi  
Pariwisata Kab.Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda,Olah Raga, dan  
PariwisataNabire)**

**Artikel Ilmiah**

Diajukan kepada  
Fakultas Teknologi Informasi  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Desain



Peneliti:

Septinus Degey (692008028)  
T. Arie Setiawan P, S. T., M. Cs.  
Anthony Tumimomor, S. Kom., M. Cs.

**Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Satya Wacana  
Salatiga  
Januari 2016**

### **Abstract**

*Nabire district which is one of the areas that have tourism potential with its own charm when compared with other districts that are in the island of Papua. However, based on the initial observation, the result is that the lack of local government efforts to introduce more widely on its tourism, so the need for a promotional video to introduce tourism potential contained in Nabire district. Using methods Qualitative research methods and research strategies are Linear Strategy, so as to produce a promotional video that is able to introduce tourism potential contained in Nabire to prospective tourists, both domestic and foreign.*

**Keywords:** *Tourism, observation, video promotion, qualitative methods, linear strategy.*

### **Abstrak**

Kab. Nabire yang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata dengan daya tarik tersendiri bila dibandingkan dengan Kabupaten lainnya yang berada di Pulau Papua. Salah satu potensi wisata unggulannya adalah adanya habitat Hiu Paus. Namun berdasarkan dengan observasi awal, didapat hasil bahwa belum adanya upaya pemerintah setempat untuk mengenalkan lebih luas mengenai wisata yang dimilikinya, sehingga perlu adanya sebuah video promosi untuk mengenalkan potensi wisata yang terdapat di Kab. Nabire. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dan strategi penelitian adalah Linier Strategi, sehingga menghasilkan video promosi yang mampu mengenalkan potensi wisata yang terdapat di Nabire kepada calon wisatawan baik domestik ataupun mancanegara.

**Kata Kunci :** Pariwisata, Observasi, video promosi, metode kualitatif, linier strategi.





### PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septinus Degey  
NIM : 692008028 Email : Septinus16@yahoo.com  
Fakultas : Teknologi Informasi Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul tugas akhi : Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Nabire)  
Pembimbing : 1. T. Arie Setiawan P, S.T., M.Cs.  
2. Anthony Tumimomor, S.Kom., M.Cs.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 23/02/2016

1956  
Tanda tangan & nama terang mahasiswa  
SEPTINUS DEGEY



## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septinus Degey  
NIM : 692008028 Email : Septinus16@yahoo.com  
Fakultas : Teknologi Informasi Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul tugas akhir : Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Nabire)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif*\* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA\*\*

\* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

\*\* Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing I dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 17 Februari 2016

Septinus Degey

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

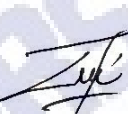
T. Arie Setiawan P. S.T., M.Cs.  
Tanda tangan & nama terang pembimbing I

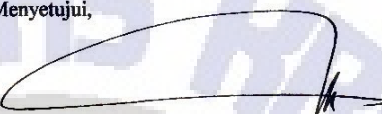
Anthony Tumimomono S.Kom., M.Cs.  
Tanda tangan & nama terang pembimbing II

### Lembar Pengesahan

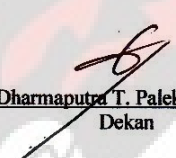
Judul Tugas Akhir : Perancangan Video Promosi Pariwisata Kabupaten Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan  
Pariwisata Nabire)  
Nama Mahasiswa : Septinus Degey  
NIM : 692008028  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Teknologi Informasi

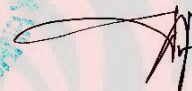
Menyetujui,

  
T. Arie Setiawan P. S.T., M.Cs.  
Pembimbing 1

  
Anthony Y. M. Tumimomor S.Kom., M.Cs.  
Pembimbing 2

Mengesahkan,

  
Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.  
Dekan

  
Michael Bezaleel Wenas, S.Kom., M.Cs.  
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Ujian tanggal: 10 Februari 2016

Penguji:

1. Martin Setyawan, S.T., M.Cs.
2. Birmanti Setia Utami, M.Sn.





FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
Jalan Diponegoro 52 - 60  
Phone. (0298) 321212 (Hunting)  
Fax. (0298) 321433  
E-mail: [fti@uksw.edu](mailto:fti@uksw.edu)  
Salatiga 50711 - INDONESIA



### LEMBAR PERSETUJUAN PUBLISH JURNAL

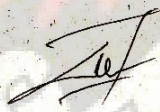
Dengan mempertimbangkan isi dari jurnal mahasiswa :

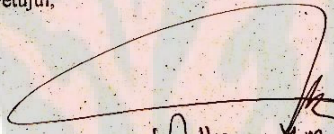
Nama Mahasiswa : Septinus Deger  
NIM : 692008028

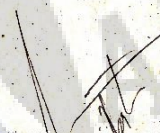
Maka jurnal ini dinyatakan :

**LAYAK TERBIT / TIDAK LAYAK TERBIT**


Menyetujui,

  
(T. A. Lehar)  
Pembimbing 1

  
(Anthony M. M. I)  
Pembimbing 2

  
(Mach S. S. M. C.)  
Penguji 1



  
(Dennis S. M. S.)  
Penguji 2

**Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata  
Nabire)**

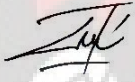
Oleh,

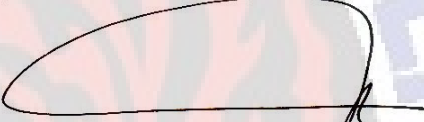
**Septinus Degey**  
**692008028**

**ARTIKEL ILMIAH**

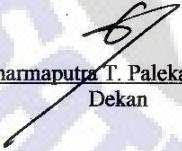
Diajukan Kepada Program Studi Teknik Informatika guna memenuhi sebagian dari  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Komputer

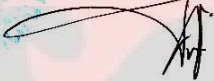
Disetujui oleh,

  
T. Arie Setiawan P. S.T., M.Cs.  
Pembimbing 1

  
Anthony Y. M. Tumimomor, S.Kom., M.Cs.  
Pembimbing 2

Diketahui oleh,

  
Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.  
Dekan

  
Michael Bezaleel Wenas, S.Kom., M.Cs.  
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
2016**

**Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire  
(Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata  
Nabire)**

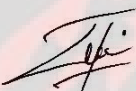
Oleh,

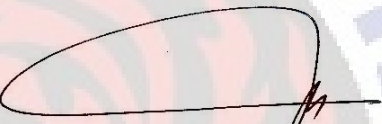
**Septinus Degey**  
**692008028**

**LAPORAN PENELITIAN**

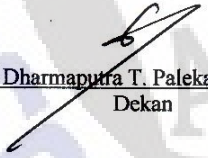
Diajukan Kepada Program Studi Teknik Informatika guna memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Komputer

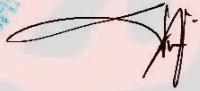
Disetujui oleh,

  
T. Arie Setiawan P, S.T., M.Cs.  
Pembimbing 1

  
Anthony Y. M. Tumimomor, S.Kom., M.Cs.  
Pembimbing 2

Diketahui oleh,

  
Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.  
Dekan

  
Michael Bezaleel Wenas, S.Kom., M.Cs.  
Ketua Program Studi

1956  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
2016**



## 1. Pendahuluan

Nabire merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Papua, Indonesia. Nabire dikenal sebagai kotaseratus tugudan memiliki wisata alam yang patut untuk dikunjungi, selain itu juga terdapat salah satu keunikannya adalah dengan adanya Hiu Paus yang menjadi wisata unggulan di Kabupaten ini. Namun upaya promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata masih belum dapat menjangkau calon wisatawan di luar Kab. Nabire, dikarenakan media promosi yang dipakai masih memiliki kelemahan dalam mempengaruhi calon wisatawan, dalam hal ini media cetak berupa brosur dan poster yang disajikan tidak menarik, baik dilihat dari segi layout, komposisi warna serta pemilihan tipografi, serta informasi yang disajikan masih kurang mendetail, media ini juga mempunyai kelemahan dalam penyebaran informasi dan juga kurang dalam penyajiannya. Media promosi ini tentunya membatasi target yang dituju sehingga berpengaruh terhadap jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang akan berkunjung ke Nabire.

Berdasarkan dengan penelitian awal yang telah dilakukan dan melihat permasalahannya, maka diperlukan sebuah media promosi yang lebih menarik dan dapat menjangkau calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Video promosi adalah sebuah rangkaian dimana media tersebut memiliki gambar, suara, dan mudah dalam penyampaian menjadi salah satu pilihan yang baik dalam melakukan kegiatan promosi, maka dengan ini dirancanglah video promosi pariwisata. Video promosi pariwisata dapat memberikan informasi berupa suara dan gambar tentang destinasi pariwisata yang terdapat di Kab. Nabire sehingga dapat dinikmati semua calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Selain itu media promosi berupa video juga mampu membawa unsur realistik atau keadaan sebenarnya kepada *target audience*.

## 2. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu mengenai perancangan media promosi berupa video, sudah ada sebelumnya berdasarkan penelitian yang menghasilkan karya ilmiah dengan judul "*Video Promosi Pariwisata Kab. Halmahera Utara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Halmahera Utara*", hasil penelitian menghasilkan memberikan informasi tentang potensi-potensi sumber daya alam serta memperkenalkan desa Halmahera utara sebagai tempat wisata [1].

Penelitian berikutnya juga berupa karya ilmiah dengan judul "*Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Alam Dan Edukasi Lingkungan Dolandesoro Boro Daerah Banjar Asri Kab. Kulon Progo*". Penelitian ini menghasilkan video promosi yang memperkenalkan tempat wisata alam. Video promosi berisi fasilitas wisata, hotel, animasi peta, serta *slide* foto kegiatan di tempat wisata [2].

Keunggulan penelitian yang dilakukan bila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini memberikan gambaran dan informasi mengenai keindahan alam dengan lebih menarik dan keberadaan serta situasi yang sebenarnya mengenai hiu paus yang ramah dengan orang, dan dari segi sinematografi, proses pengambilan gambarnya lebih dimanis. Selain itu video promosi yang dirancang dilengkapi dengan narasi bahasa Inggris yang terdengar jelas serta menambahkan *subtitle* bahasa Indonesia agar calon wisatawan domestik mengetahui informasi yang disampaikan oleh narator serta *background* yang sesuai

Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaian [3].

Media Promosi adalah sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa atau *image* atau perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Promosi ini diharapkan seseorang bisa mengetahui, mengakui, memiliki, dan mengikatkan diri pada suatu barang atau jasa atau produk atau *image* atau perusahaan yang menjadi sasarannya. Salah satu bagian penting dari promosi adalah menentukan media promosi yang paling tepat. Misalnya surat kabar, televisi, radio, majalah, dan lain-lain. Tentunya media-media promosi tersebut mempunyai kekurangan serta kelebihan[4].

Multimedia diambil dari kata multi dan media. Multi berarti banyak dan media berarti media atau perantara. Multimedia adalah gabungan dari beberapa unsur yaitu teks, grafik, suara, video dan animasi yang menghasilkan presentasi yang menakjubkan. Multimedia juga mempunyai komunikasi interaktif yang tinggi. Bagi pengguna komputer multimedia dapat diartikan sebagai informasi komputer yang dapat disajikan melalui audio atau video, teks, grafik dan animasi. Disini dapat digambarkan bahwa multimedia adalah suatu kombinasi data atau media untuk menyampaikan suatu informasi sehingga informasi itu tersaji dengan lebih menarik [4]. Beberapa definisi Multimedia menurut beberapa ahli antara lain: Kombinasi dari tiga elemen: suara, gambar dan teks, Kombinasi antara komputer dan video, Kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output. Media ini dapat berupa audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar, Alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan video, Multimedia dalam konteks komputer adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio video dengan menggunakan *tool* yang memungkinkan pemakai berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi [4].

Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Video promosi pariwisata memiliki keunggulan karena dapat memberikan gambaran dan informasi kepada calon wisatawan sehingga apa yang disampaikan dan ditampilkan bisa lebih mudah diterima dan diingat karena video promosi dibuat dengan sinematografi yang menarik, *background* yang sesuai, narasi yang terdengar dengan jelas[5].

Sinematografi adalah kata serapan dari bahasa Inggris *Cinematography* yang berasal dari bahasa Latin *kinema* 'gambar'. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas tentang teknik menangkap gambar dan menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide.

Beberapa hal penting dalam sinematografi dalam proses produksi Video Promosi, antara lain :

- *Shot* bisa diartikan sebagai bagian dari adegan, misalnya dalam produksi Video promosi yang hendak menceritakan keceriaan maka dapat diambil gambar suasana ceria.
- *Scene* adalah hasil dari *shot* yang digabungkan satu dengan yang lain. Dalam perangkaian dikenal dengan istilah transisi yang digunakan untuk menggabungkan *shot - shot* menjadi *scene*.
- *Sequence* merupakan sebuah kesatuan *scene* yang ditata sehingga peristiwa yang terjadi dapat dialami.

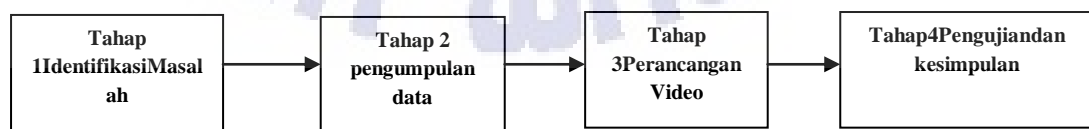
- *Camera angle* adalah sudut pandang dari *audience*, mata *audience* akan diwakili oleh mata kamera. Penempatan sudut pandang kamera akan mempengaruhi sudut pandang *audience*[6].

Potensi objek wisata Kab. Nabire yang memiliki prospek cukup baik adalah wisata bahari, wisata alam dan wisata hiu paus (*wahale shurk*). Berikut data objek wisata yang bisa dinikmati adalah:

- Wisata Pantai  
Wisata Pantai yang telah dikelola, Pantai Gedo, Pantai Yamari, Pantai Burate, Pantai Nusi, Pantai Maf, dan Pantai Irio.
- Wisata Alam  
Kab. Nabire memiliki beberapa wisata alam, antara lain Danau Mamae, Air Terjun Kura-kura, Kolam Pemancingan di Desa Kalisemen Wanggar, Bendungan Kalibumi di desa Bumiraya Wanggar dan sejumlah gugusan pegunungan bagi para pecinta alam.
- Hiu paus (*whale shark*)  
Hiu paus sudah ada di Kab. Nabire sejak lama dan sudah bertahun – tahun kemudian masyarakat yang berada di tempat sekitar mengetahui bahwa ikan tersebut adalah ikan pemangsa atau buas dan masyarakat memberi nama Gurano Babintang sampai akhir tahun 2012 dinas Kab. Nabire melakukan penyelidikan terkait ikan tersebut ternyata diketahui bahwa ikan tersebut bukan jenis ikan yang buas. Kab. Nabire adalah tempat dimana habitat ikan hiu paus terbesar di dunia, sehingga hal inilah yang menjadikan hiu paus adalah salah satu wisata unggulan yang dimiliki oleh Kab. Nabire yang tidak dimiliki oleh daerah lain di pulau Papua.

### 3. Hasil pembahasan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif bersifat fleksibel dan berubah-ubah sesuai dengan kondisi lapangan. Metode kualitatif menghasilkan data bukan dalam bentuk angka melainkan berupa teks, dokumen, gambar, foto maupun objek-objek yang ditemukan di lapangan selama penelitian berlangsung. Informasi yang diperoleh melalui metode kualitatif, yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara.[7]. Wawancara dilakukan dengan Bapak Septinus Baransano, S.Pd., selaku Kepala bidang Promosi Dinas Pariwisata sebagai narasumber yang berhubungan dengan pariwisata di Kab. Nabire, selain itu juga dilakukan observasi langsung di Kab. Nabire. Sedangkan strategi penelitian yang digunakan adalah strategi linear. Strategi linear menetapkan urutan logis pada tahapan perancangan yang sederhana dan relative sudah dipahami komponennya[7]. Adapun tahapan yang ada dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar. 1** Strategi Linear [7]

Tahapan-tahapan yang telah dilaksanakan dalam Perancangan Video Promosi Wisata Kab. Nabire adalah sebagai berikut:

- Identifikasi Masalah



Dalam proses pengidentifikasi masalah, dilakukan observasi serta pengamatan langsung serta melakukan proses wawancara kepada Bapak Septinus selaku Kepala Bidang Promosi Pariwisata Kab. Nabire. Hasil dari identifikasi adalah sampai saat ini belum adanya media video informasi yang menggambarkan mengenai pariwisata yang terdapat di Kab. Nabire yang ternyata memiliki keunikan tersendiri yaitu dengan adanya Hiu Pausnya (*whaleshark*) yang merupakan wisata unggulan yang tidak dimiliki oleh Kabupaten lain yang berada di pulau Papua. Sehingga hal tersebut sebenarnya dapat memiliki peluang besar menjadi tempat wisata yang menjanjikan dan dapat bersaing dengan daerah lain dan Dinas sendiri mengalami kesulitan untuk menyampaikan informasi dengan jangkauan yang lebih luas kepada calon wisatawan mengenai potensi pariwisata yang terdapat di Kab. Nabire dalam hal ini, Dinas Pariwisata masih menggunakan media cetak brosur dan poster dalam upaya promosinya.

- Pengumpulan Data

Tahap kedua setelah melakukan proses identifikasi, adalah melakukan pengumpulan data baik secara primer maupun sekunder yang nantinya akan digunakan sebagai data dan bahan dalam proses perancangan video promosi. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara kepada Bapak Septinus Baransano, S.Pd., selaku Kepala Bidang Promosi Pariwisata Kab. Nabire mengenai konten serta kondisi wisata Kab. Nabire, dan serta data yang menyebabkan rendahnya popularitas wisata Kab. Nabire, hasil yang didapatkan bahwa kondisi promosi wisata Kab. Nabire belum benar-benar terpublikasikan dengan baik, serta didapatkan data mengenai deskripsi, infrastruktur yang telah dibangun oleh pemerintah serta lokasi dan bagaimana cara menuju ke daerah wisata yang berada di Kab. Nabire yang nantinya data tersebut akan digunakan dalam proses perancangan video serta menentukan daerah wisata apa saja yang hendak ditampilkan dalam video promosi.

Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mencari referensi melalui *website* yang memberikan informasi mengenai pariwisata di Kab. Nabire, serta buku-buku yang berhubungan dengan video promosi dan jenis wisata apa saja yang terdapat di Kab. Nabire. Salah Potensi objek wisata Kab. Nabire yang memiliki prospek cukup baik adalah Wisata Bahari, Wisata Alam dan Wisata kuliner. Berikut data objek Wisata yang bisa dinikmati adalah: Wisata Pantai yang telah dikelola, Pantai Gedo, Pantai Yamari, Pantai Burate, Pantai Nusi, Pantai Maf, dan Pantai Iri. Wisata Alam meliputi : Danau Mamae, Air Terjun Kura-kura, Kolam Pemancingan di Desa Kalisemen Wanggar, Bendungan Kalibumi di desa Bumiraya Wanggar dan sejumlah gugusan pegunungan bagi para pecinta alam.

- Perancangan Video

Dalam proses perancangan video Promosi Wisata Kab. Nabire dilakukan 3 proses, meliputi pra produksi, dalam proses ini dirancang ide cerita, konsep, *storyline*, *treatment*, dan *storyboard* mengenai pengenalan wisata Kab. Nabire. Setelah itu dalam proses produksi dilakukan *shooting* dan *recording* sesuai dengan *storyboard* yang ada beserta narasi yang dibutuhkan. Proses terakhir adalah pasca produksi, dalam proses ini dilakukan *editing* pada video dan *sound editing*.

- Pengujian dan Kesimpulan

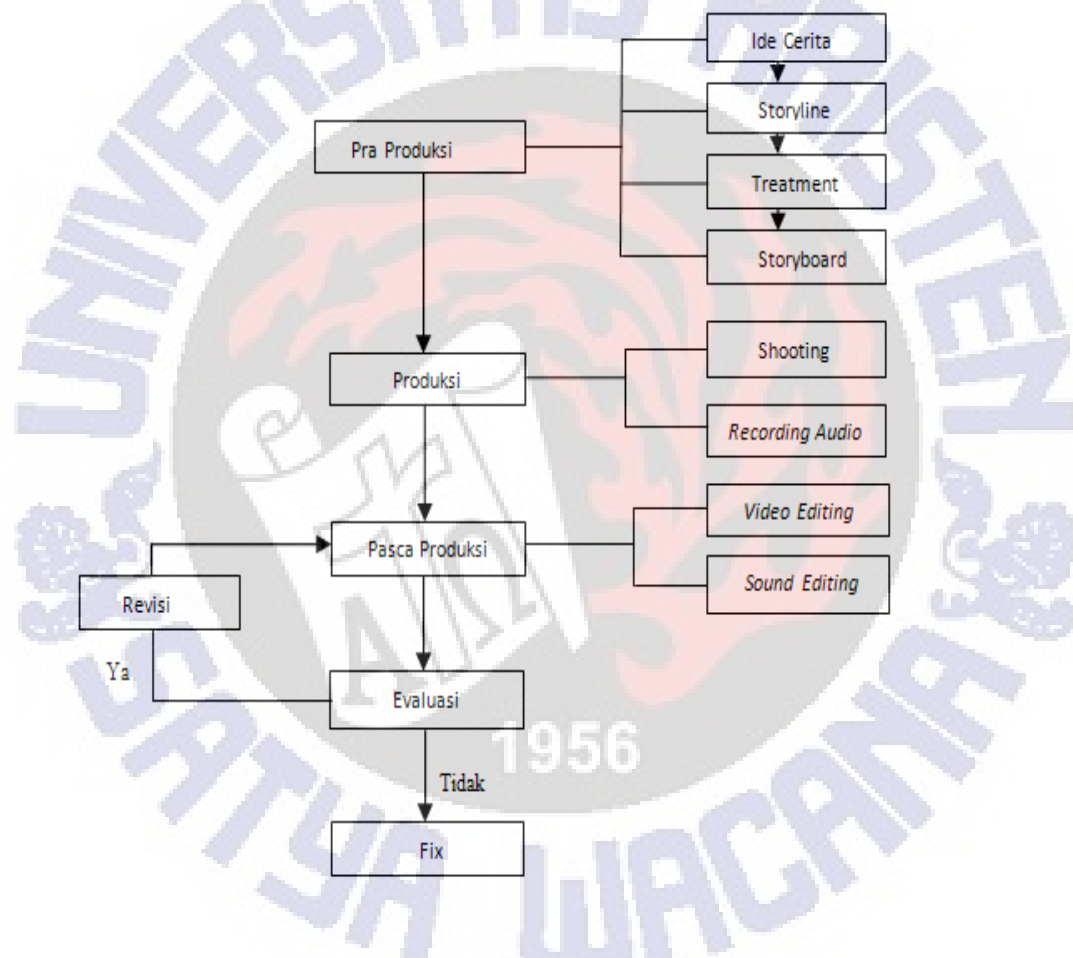
Setelah melakukan perancangan dan implementasi, selanjutnya dilakukan pengujian secara kualitatif yaitu dengan mempresentasikan video promosi wisata Kab. Nabire kepada Kepala Dinas Pariwisata Kab. Nabire dan Kepada Bidang



Promosi Pariwisata Kab. Nabire yang akan memberikan *feedback*, sehingga ide cerita, konsep perancangan dan pesan yang ada dalam video promosi wisata ini apakah dapat disampaikan dan diterima masyarakat dengan baik.

Dari data yang telah dikumpulkan maka dilakukan perancangan video dimanadalam proses perancangan video Promosi Wisata Kab. Nabire dilakukan 3 proses, meliputi pra produksi, dalam proses ini dirancang ide cerita, konsep, *storyline*, *treatment*, dan *storyboard* mengenai pengenalan wisata Kab. Nabire. Setelah itu dalam proses produksi dilakukan *shooting* dan *recording* sesuai dengan *storyboard* yang ada beserta narasi yang dibutuhkan. Proses terakhir adalah pasca produksi, dalam proses ini dilakukan *editing* pada *video* dan *sound editing*.

Metode perancanganvideo promosi terdiri dari tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi. Proses perancangan dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2** Metode Perancangan Video Promosi

Pra produksi adalah salah satu tahap dalam proses pembuatan video. Tahap pra produksi merupakan tahapan persiapan atau perencanaan dalam pembuatan sebuah video. Didalam proses pra-produksi terdapat ide cerita, konsep, *storyline*, *treatment*, dan *storyboard* yang harus dirancang terlebih dahulu, untuk menghindari kesalahan-kesalahan dalam pengambilan gambar [12].

Ide cerita dari perancangan video promosi ini adalah menceritakan keunikan yang menjadi keunggulan dari pariwisata Kab. Nabire sebagai tempat yang layak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun manca negara dimana letak kota yang dekat

dengan wisata alam, pantai, *kuliner* dan hiu paus (*whaleshark*) sebagai fokus utama dari video promosi ini.

*Storyline* merupakan kejadian-kejadian yang dirangkai menjadi sebuah cerita yang menarik. Dalam proses pembuatan video promosi Kab. Nabire diperlukan adanya *storyline* pada tahap pra produksi, sehingga proses produksi dapat berjalan maksimal [9]. *Storyline* dari perancangan video promosi wisata adalah sebagai berikut: Video ini akan diawali dengan pemandangan Kab. Nabire dari atas udara, sebuah pulau indah yang berada di balik awan, setelah itu menampilkan bandara serta kondisi kota Kab. Nabire yang dijuluki kota seratus tugu dan lokasi kota yang terletak di pesisiran pantai adalah salah satu daya tarik saat berkunjung di kota ini. Menampilkan beberapa wisata pantai yang menjadi tujuan wisata, serta menampilkan wisata unggulan yang tidak dimiliki oleh daerah lain di Indonesia yaitu habitat adanya hiu paus (*whale shark*) yang ramah dengan manusia divisualisasikan dengan orang yang dapat berenang dengan hiu paus. Pada akhirnya akan digambarkan kuliner khas nabire yaitu ikan rebus dan ikan bobara bakar dari Kab. Nabire.

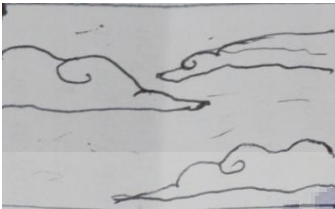




*Treatment* merupakan kerangka lengkap yang bersisikan adegan-adegan disuatu tempat, oleh sebab itu *treatment* pun disertakan keterangan tempat dan waktu [9]. Berikut adalah *treatment* dari perancangan video promosi wisata Kab. Nabire adalah sebagai berikut:

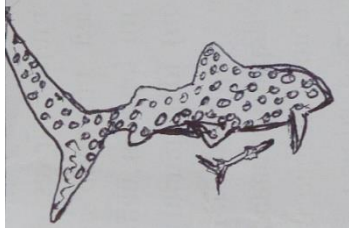
- *Scene 1* : Langit (MS, LS, BA, LA, Pan left) Int : (*day*) Cuplikan gambar awan, bandara udara, tugu sambutan  
*Cut to....*
- *Scene 2* : Kota (ECU, EA) Int : (*day*) Cuplikan lapangan udara, tugu, dan orang  
*Cut to....*
- *Scene 3* : Hutan (LS, EA) Int : (*day*) Memperlihatkan kekayaan hutan.  
*Cut to....*
- *Scene 4* : Budaya (MCU, EA) Int : (*day*) Dua orang ibu sedang menganyam tikar.  
*Cut to....*
- *Scene 5* : Pantai (LS, MCU, EA, LA) Int : (*day*) Cuplikan gambar pantai Nabire yang belum jadi tempat wisata  
*Cut to....*
- *Scene 6* : Hiu paus (*whale shark*) *Underwater* (ECU, FT, BA, LA) Int : (*day*) dari atas perahu dan Menyelam bersama hiu paus (*whale shark*)  
*Cut to....*
- *Scene 7*: Kuliner (MCU, EA) Int : (*day*) *Tracking* kuliner (ikan bakar, ikan rebus).  
*Cut to....*
- *Scene 8* : sambutan (MCU, LA, ECU, EA) Int : (*day*) Tiga anak kecil memberi sambutan.  
*Cut to....*

*Storyboard* merupakan rangkaian atau runtutan cerita dalam bentuk gambar, sehingga memudahkan dalam pengambilan angle untuk pembuatan video. *Storyboard* merupakan rangkaian gambar ilustrasi yang digunakan untuk menerjemahkan adegan - adegan yang ada dalam skenario. Sebuah *storyboard* memungkinkan seseorang membuat film untuk memvisualisasikan ide-idenya dan juga sebagai alat untuk mengkomunikasikan ide dari keseluruhan film. *Storyboard* pada dasarnya sama dengan

*storyline* tapi dalam bentuk gambar [9]. Storyboard dari perancangan video promosi pariwisata kab. Nabire dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Storyboard**

No	Scene	Camera	Duration	Exlp
1		MS, LS, BA, LA, Pan left	00:06	Menggambarkan mengenai kota Kab. Nabire yang diambil dari udara
2		ECU, EA	00:07	Menggambarkan kondisi bandara, dan kota Kab. Nabire
3		LS, LA, EA	00.08	Menggambarkan sumber daya alam hutan di kab. Nabire
4		MCU, EA	00.09	Menggambarkan budaya membuat tikar masyarakat Kab. Nabire
5		LS, MCU, EA, LA	00.10	Menggambarkan keindahan pantai Kab. Nabire
6		ECU, MCU, FT, LA	00.11	Menggambarkan Hiu paus ( <i>whaleshark</i> )



7

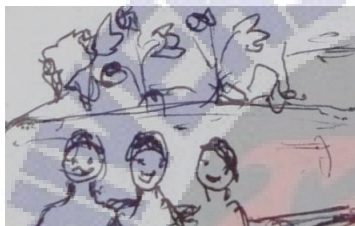


MCU, EA

00.12

Menggambarkan  
kuliner ikan  
bakar di kab.  
nabire

8



MCU, LA, 00.13  
ECU, EA

Menggambar  
sambutan anak-  
anak kab. nabire

Produksi adalah sebuah tahapan eksekusi dari proses pra produksi. Pada proses produksi, dilakukan (*shooting*) dan *recording* untuk narasi video. Hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber adalah dalam bentuk video dan berdasarkan *shooting list* yang telah dirancang dalam proses pra produksi.

*Recording/Dubbing* dilakukan sesuai dengan narasi yang telah dirancang dengan pada proses sebelumnya. Narasi berfungsi sebagai pengantar dan penjelasan alur cerita dalam video promosi tetapi tidak mendominasi seluruh tayangan, dan memiliki gaya cerita yang kuat [10]. Proses *recoding* dilakukan dengan merekam suara narator yang disesuaikan dengan perancangan narasi sebelumnya. Narasi pada Video Promosi ini diperlukan untuk lebih menjelaskan kepada audiens tentang visualisasi yang ditayangkan. Setelah proses perekaman suara narator kemudian akan di *mixing* dengan *background* yang sesuai, sehingga diharapkan dapat membangun suasana dari video promosi tersebut.

Pasca produksi adalah proses akhir dari ketiga tahapan dalam pembuatan seluruh film. Pasca produksi melalui dua proses, yaitu proses *videoediting* dan *sound editing*. *Video Editing* merupakan penggabungan video yang sudah ada akan digabungkan menjadi satu kesatuan. *Sound editing* adalah proses *editing* suara dimana suara lain yang tidak diperlukan diredam, selain itu diberi efek *background* agar video menjadi lebih hidup. Pada perancangan video promosi ini juga dilakukan proses *Grading Colour Warm* hal ini dilakukan untuk menambahkan kesan hangat serta elegan pada video promosi. proses *Grading Colour Warm* dapat dilihat pada Gambar 3.





**Gambar 3.** Grading Colour (a) Sebelum di Grading Colour (b ) Setelah di Grading Colour

Tahap evaluasi yang dilakukan proses untuk mengevaluasi hasil implementasi perancangan video promosi wisata Nabire yang dipresentasikan Kepala dinas Kab. Nabire dan Bidang Pariwisata Kab. Nabire. *Feedback* dari presentasi akan menjadi pertimbangan apakah video promosi ini perlu direvisi atau tidak dan jika terjadi revisi maka di ulang ke pasca produksi.

#### 4. Hasil pembahasan

*Scene 1* merupakan adegan *opening* yang salah satunya adalah pemandangan yang luas dari udara. Jenis shot yang dipakai adalah *Medium Shot*, *Long Shot*, *Birth Angle* dan *Low Angle* dengan teknik *Panning* sehingga dapat menggambarkan dataran rendah di daerah Nabire. *Scene 1* dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** *Scene 1*

*Scene 2* adalah adegan yang menayangkan tentang kota di Kab. Nabire. Salah satu adegannya adalah tugu dua orang patung yang saling membelakangi satu patung dengan dibuat dengan gaya meniup tromper keong laut raksasa dari laut menggambarkan suku pesisiran dan satunya memegang anak panah menggambarkan suku pegunungan yang berada jalan lingkar didepan bandara Kab. Nabire. Jenis shot yang dipakai adalah *Close Up* dan *Low Angle* sehingga dapat menceritakan keberadaan kota dan tugu. *Scene 2* dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5. Scene 2**

*Scene 3* adalah adegan yang menayangkan tentang sumber daya alam hutan yang terdapat di Kab. Nabire. Adegan diambil dengan *Long Shot, Low Angledan Eye Angle* dari hutan. *Scene 3* dapat dilihat pada Gambar 6.



**Gambar 6. Scene 3**

*Scene 4* adalah adegan yang menceritakan tentang keberadaan masyarakat yang terdapat di Kab. Nabire. Salah satu adegannya adalah dua orang ibu yang sedang menganyam tikar dari daun sagu ini adalah salah satu kerajinan tangan yang terdapat di Kab. Nabire. Jenis *shot* yang dipakai *Medium Close Up* dan *Eye Angle* sehingga dapat menjelaskan ketajaman tradisional. *Scene 4* dapat dilihat pada Gambar 7.





**Gambar 7. Scene 4**

*Scene 5* adalah adegan yang menceritakan tentang pantai yang bisa dijadikan tempat wisata di Kab. Nabire. Jenis shot yang dipakai dalam adegan adalah *Long Shot*, *Medium Close Up*, *Eye Angled* dan *Low Angled* dengan teknik *Panning* sehingga dapat menggambarkan keindahan pantai tersebut. *Scene 5* dapat dilihat pada Gambar 8.



**Gambar 8. Scene 5**

*Scene 6* adalah adegan yang menceritakan tentang Hiu paus (*Whaleshark*) spesies bawah laut yang menjadi wisata bawah laut di Kab. Nabire. Adegan dibantu dengan kamera *underwater* menggunakan jenis shot *Extrim Close Up*, *Medium Close Up*, *Follow Through*, dan *Eye Angle* sehingga dapat menjelaskan keindahan Hiu paus (*Whaleshark*) dari bawah laut. *Scene 6* dapat dilihat pada Gambar 9.



**Gambar 9. Scene 6**

*Scene 7* adalah adegan yang menceritakan tentang kuliner yang terdapat di Kab. Nabire, Adegan diambil dengan jenis shot *Extreme Medium Close Up* dan *Eye Angle* dengan teknik *focus in* sehingga bisa menggambarkan detail dari makanan khas Kab. Nabire. *Scene 7* dapat dilihat pada Gambar 10.



**Gambar 10. Scene 7**

*Scene 8* adalah adegan yang menceritakan tentang sambutan anak Kab. Nabire. Adegan diambil dengan jenis shot *Medium Close Up*, *Low Angled* dan *Eye Angle*, *Extreme Close Up* dengan teknik *Focus In* sehingga bisa menggambarkan detail dari masyarakat Kab. Nabire. *Scene 8* dapat dilihat pada Gambar 11.





**Gambar 11.** Scene 8

### Perancangan Media

Perancangan media untuk video promosi pariwisata ini akan disebarluaskan melalui jejaring media dan *Youtube* dengan kualitas *High Definition* ukuran *Pixel* 1280x720px serta 25fps berformat mp4 sehingga mudah dijalankan di hampir semua pemutar video sekarang. Dan juga akan dibuat dalam format CD (*Compact Disc*) dilengkapi *cover* dan *case* yang didesain serta akan dibagikan ketika Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kab. Nabire melakukan promosi atau pameran dan juga bisa didapatkan ketika mengunjungi kantor Dinas Pariwisata. Gambar 12.



**Gambar 12.** Brosur, Tv, Poster, Cover CD

## 5. Pengujian

Berdasarkan hasil dari perancangan, maka dilakukan pengujian secara kualitatif kepada pihak Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kab. Nabire dalam hal ini adalah Bapak Drs. Blarius Nuhuyan selaku kepala Dinas Pariwisata dan Bapak Septinus Baransano, S.Pd. Selakukepala bidang promosi Dinas Pariwisata Kab. Nabire. Adapun pertanyaan yang di sampaikan antara lain : 1) Apakah wisata yang ditampilkan pada video promosi sudah dapat mewakili pariwisata di nabire? 2) Apakah visualisasi wisata yang ditampilkan sudah menarik? 3) Apakah suara narasi dapat terdengar dengan jelas baik intonasi dan ejaan bahasa inggrisnya ? 4) Apakah *backsound* dari video sudah sesuai ? 5) Apakah video promosi yang dirancang ini memiliki kelebihan bisa dibandingkan dengan media promosi yang ada sebelumnya ? 5) Dengan melihat keseluruhan video yang dirancang, apakah video ini dapat membantu Dinas Pariwisata Kab. Nabire dalam mempromosikan potensi wisata yang terdapat di Nabire ?

Berdasarkan dengan hasil pengujian kualitatif dengan Kepala Dinas Pariwisata, didapatkan hasil bahwa video promosi yang dirancang sudah dapat mewakili potensi pariwisata yang terdapat di Kab. Nabire, walaupun ada beberapa tempat wisata yang belum terakomodir di video tersebut. Hal ini disebabkan karena medan untuk menuju ke wisata tersebut belum ada infrastruktur yang memadai. Perancangan Video ini lebih menarik bila dibandingkan dengan media promosi yang dilakukan selama ini, visualisasi gambar wisata juga sudah cukup menarik. Dengan adanya perancangan media yang memanfaatkan media *online*, diharapkan akan memberikan informasi kepada calon wisatawan dengan lebih luas sehingga tidak hanya mencakup wilayah Kab. Nabire.

Selain melakukan pengujian kepada Kepala Dinas, juga dilakukan pengujian secara kualitatif kepada Kepala Bagian Promosi Pariwisata. Hasil dari pengujian ini adalah, Perancangan Video promosi ini dirasa akan lebih menarik perhatian calon wisatawan bila dibandingkan dengan media promosi yang sudah dilakukan selama ini. Konten dari video promosi juga sudah mewakili sebagian besar pariwisata yang terdapat di Kab. Nabire, namun ada beberapa wisata yang belum tervisualisasikan melalui video promosi ini, yaitu wisata budaya. Visualisasi untuk wisata unggulan yaitu Hiu Paus sudah tergambarkan dengan baik, menarik dan sesuai dengan sifat alami Hiu Paus yang ramah terhadap manusia, sehingga calon wisatawan dapat berenang dengan bebas bersama. Wisata kuliner juga dapat digambarkan dengan detail, sehingga calon wisatawan dapat mengetahui bahwa kuliner khas Kab. Nabire. Secara garis besar perancangan video promosi ini layak untuk diterapkan oleh bagian Promosi Dinas Pariwisata di berbagai tempat publik seperti di bandara, pelabuhan, Kantor Dinas, *Website* Dinas Pariwisata serta media *online* lainnya. Perancangan Video Promosi ini telah memenuhi kriteria yang diharapkan sebagai media promosi pariwisata serta mempermudah Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kab. Nabire dalam melakukan penyebaran informasi pariwisata di Kab. Nabire.

## 6. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan penelitian mengenai perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire dapat disimpulkan bahwa video promosi pariwisata di Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kab. Nabire telah memenuhi kriteria yang diharapkan sebagai media promosi pariwisata dan visualisasi yang digambarkan dalam video promosi telah sesuai dan dapat mewakili potensi wisata yang terdapat di Kab. Nabire. Video promosi yang dirancang dapat membantu Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kab. Nabire dalam mempromosikan dan memberikan informasi potensi-potensi wisata kepada calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang akan berkunjung ke Kab. Nabire.

## 7. Daftar Pustaka.

- [1] Karimang, Stive, 2008, Video Promosi Pariwisata Kab.Halmahera Utara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Halmahera Utara Sebagai Desa Wisata Melalui Video Profile, Salatiga : Universitas Kristen satya wacana
- [2] Permana, Yasa Sidik, 2012, Perancangan Dan Pembuatan Video Promosi Wisata Alam Dan Edukasi Lingkungan Dolandeso Boro Daerah Banjar Asri Kab. Kulon Progo, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Amikom
- [3] Syamsul, Asep, 2012, Komunikasi Non Verbal, Komunikasi Visual, [Http://romeltea.com/komunikasi-non-verbal-komunikasi-visual/#](http://romeltea.com/komunikasi-non-verbal-komunikasi-visual/#). Di akses tanggal 11 Agustus 2013
- [4] Prihanikasi, 2008, *Potensi Dan Promosi Desa Tumang Sebagai Desa Wisata Melalui Video Profile*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- [5] Ismayanti, 2010, Pengantar pariwisata. Jakarta. Gramedia.
- [6] Riadi Muchlisin, 2012, Pengertian sejarah dan unsur film, <http://www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertian-sejarah-dan-unsur-unsur-film.html>. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2015
- [7] Sarwono Jonathan dan Harry Lubis, 2007, *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta : ANDY OFFSET
- [8] Riduan, 2004, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung : Alfabeta.
- [9] Fajar, Junaedi, 2011, *membuat film dokumenter*, Yogyakarta : Lingkar Media
- [10] Fred, Wibowo. 2007. *Dasar-Dasar Program Televisi*, Jakarta : Grasindo.